

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS
PRODUK DAN PERSEPSI HARGA, TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE SCARLETT WHITENING PADA
MASYARAKAT KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**

Oleh

Teresa Aprilia Lapu

NIM 1917041217

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2023

SKRIPSI
DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA



Pembimbing I,

Pembimbing II,

Ni Nyoman Yulianthini. S.E..M.M
NIP. 198207292 010122 003

Dr. Dra. Ni Made Suci M.Si.
NIP. 19681029 199303 2 001

Skripsi oleh Teresa Aprilia Lapu
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 5 Juli 2023

Dewan Penguji,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E.,M.M
NIP. 198207292 010122 003

(Ketua)



Dr. Dra Ni Made Suci, M.Si
NIP. 19681029 199303 2 001

(Anggota)



Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc
NIP. 197404122010121001

(Anggota)



Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

Guna Memenuhi Syarat-Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Manajemen

Pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 5 Juli 2023

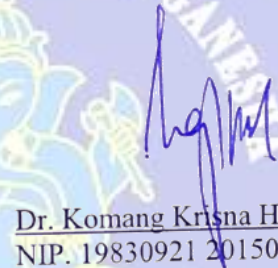
Mengetahui,

Ketua Ujian

Sekretaris Ujian



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032000



Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M
NIP. 19830921 201504 1 001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak.,CA.,CPA
NIP. 19790616 200212 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Scarlett Whitening Pada Masyarakat Kota Singaraja” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan penipuan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 6 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan


Teresa Aprilia Lapu

1917041217



PRAKATA

Puji sukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berakat dan penyertaan nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett Whitening pada Masyarakat Kota Singaraja**”. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak.,CA.,CPA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E.,M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Dr.Komang Krisna Heryanda, S.E.,M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha
5. Ni Nyoman Yuliathini, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan motivasi, saran, dan selaku bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab, kesabaran dan semangat sampai terselesaikannya skripsi ini.

6. Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si., selaku Pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. KepalaTata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi dan petunjuk selama perkuliahan
9. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
10. Kedua orang tua, Pius Umbu Lapu (Ayah) dan Wihelmina Onang (Ibu) yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Kakek, nenek, kakak, adik, dan saudara yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat, teman-teman, yang selalu menemani dan pernah menemani, memotivasi, dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa yang terjadi dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan saran maupun kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap

skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran.

Singaraja, 1 Juni 2023

Teresa Aprilia Lapu



DAFTAR ISI

| | |
|---|----|
| PRAKARTA | i |
| ABSTRAK | iv |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 13 |
| 1.3 Pembatasan Masalah..... | 14 |
| 1.4 Rumusan Masalah Penelitian..... | 14 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 15 |
| 1.6 Manfaat Penelitian..... | 15 |
| | |
| BAB II KAJIAN TEORI | 17 |
| 2.1 Deskripsi Teoritis..... | 17 |
| 2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian..... | 17 |
| 2.1.2 Persepsi Harga..... | 20 |
| 2.1.3 Kualitas Produk | 23 |
| 2.1.4 <i>Brand Ambassador</i> | 26 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2 Kajian Penelitian yang Relevan..... | 30 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel..... | 35 |
| 2.3.1 Hubungan <i>Brand Ambassador</i> , Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian | 35 |
| 2.3.2 Hubungan <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian | 35 |
| 2.3.3 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian | 36 |
| 2.3.4 Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian | 37 |
| 2.4 Kerangka Berpikir | 37 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 40 |
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian..... | 40 |
| 3.2 Rancangan Penulisan | 40 |
| 3.3 Subjek dan Objek Penelitian..... | 41 |
| 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian..... | 42 |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data..... | 43 |
| 3.5.1 Variabel dan Devisi Oprasional Variabel Penelitian..... | 43 |
| 3.3.2 Instrumen Pengumpulan data | 46 |
| 3.6 Metode Analisis Data | 50 |
| 3.6.1 Uji Asumsi Klasik | 51 |
| 3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 53 |
| 3.6.3 Koefisien Determinasi R^2 | 54 |
| 3.7 Pengujian Hipotesis | 55 |

| | |
|--|-----------|
| BAB IV PEMBAHASAN..... | 58 |
| 4.1 Deskripsi Data | 58 |
| 4.2 Pengujian Asumsi Klasik..... | 59 |
| 4.2.1 Uji Normalitas | 60 |
| 4.2.2 Uji Multikolinearitas..... | 62 |
| 4.2.3 Heterokedastisitas | 63 |
| 4.3 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 64 |
| 4.4 Analisis Koevisien Determinasi (R^2)..... | 67 |
| 4.5 Pengujian Hipotesis | 68 |
| 4.5.1 Hasil Uji Parsial (Uji t)..... | 68 |
| 4.5.2 Hasil Uji Simultan (Uji F) | 70 |
| 4.6 Pembahasan Hasil Penelitian..... | 70 |
| 4.6.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Sincare Scarlett Whitening</i> pada Masyarakat Kota Singaraja | 70 |
| 4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>skincare Scarlett Whitening</i> pada Masyarakat Kota Singaraja | 72 |
| 4.6.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skicare Scarlett Whitening</i> pada Masyarakat Kota Singaraja..... | 74 |
| 4.6.4 Pengaruh Brand ambassador, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare Scarlett Whitening</i> pada Masyarakat Kota Singaraja..... | 76 |
| 4.7 Keterbatasan Penelitian | 77 |
| 4.8 Implikasi | 77 |

| | |
|--------------------------------|----|
| BAB V PENUTUP | 80 |
| 5.1 Rangkuman | 80 |
| 5.2 Simpulan | 81 |
| 5.3 Saran | 82 |
| DAFTAR RUJUKAN | 83 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 86 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 10 Brand Skincare Terlaris di Indonesia..... | 3 |
| Tabel 1.2 Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian | 6 |
| Tabel 1.3 Observasi Awal Variabel Persepsi Harga | 7 |
| Tabel 1.4 Observasi Awal Variabel Kualitas Produk | 9 |
| Tabel 1.5 Observasi Awal Variabel <i>Brand Ambassador</i> | 11 |
| Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu..... | 30 |
| Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel Penelitian | 44 |
| Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil (N=30)..... | 48 |
| Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil (N=30) | 50 |
| Tabel 4.1 Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia | 59 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas | 61 |
| Tabel 4.3 Uji Multikolinearitas | 62 |
| Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda | 65 |
| Tabel 4.5 Koefisien Determinasi (R^2)..... | 67 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji t (Parsial) | 68 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji F (Simultan)..... | 70 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Pengaruh <i>brand ambassador</i> , kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian | 38 |
| Gambar 4.1 Grafik Normal <i>P-P Plots of Regression Standardized Residual</i> | 60 |
| Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplots</i> | 64 |
| Gambar 4.3 Struktur Pengaruh Brand Ambassador (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Persepsi Harga (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)..... | 65 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 01. Kuesioner Penelitian..... | 87 |
| Lampiran 02. Tabulasi Data 30 Responden..... | 92 |
| Lampiran 03. Hasil Uji Instrumen..... | 94 |
| Lampiran 04. Tabulasi Data 100 Responden..... | 100 |
| Lampiran 05. Deskripsi Data Responden..... | 106 |
| Lampiran 06. Hasil Uji Klasik..... | 106 |
| Lampiran 07. Hasil Uji Regresi Linear Berganda..... | 108 |
| Lampiran 08. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 109 |
| Lampiran 09. Hasil Hipotesis..... | 109 |

